

# Strategic Platform dan Pengendaliannya atas Sistem Informasi

## Pariwisata Sumbar

Gunawan Tri Prasetya

*Magister Akuntansi, Universitas Gadjah Mada, Indonesia*

e-mail: gunawan.tri.p@mail.ugm.ac.id

### Abstrak

Penelitian ini berjudul “Strategic Platform dan Pengendaliannya atas Sistem Informasi Pariwisata Sumbar”. Penelitian ini bertujuan (a) untuk mengidentifikasi dan menganalisis penyebab belum diterapkannya inovasi terhadap *website* pariwisata pada Dinas Pariwisata Provinsi Sumatera Barat, (b) untuk mengetahui kesiapan Dinas Pariwisata Provinsi Sumatera Barat dalam pengembangan *website* pariwisatanya, dan (c) untuk mengidentifikasi adanya pengauditan *website* pariwisata di Provinsi Sumatera Barat.

Dalam penelitian ini digunakan pendekatan kualitatif dengan metode penelitian studi kasus. Adapun teknik yang digunakan ialah dokumentasi, observasi, dan wawancara. Analisis dokumen, utamanya, difokuskan pada Rencana Strategis Dinas Pariwisata Provinsi Sumatera Barat dari tahun 2017-2021.

Hasil penelitian ini berupa temuan bahwa pegawai Dinas Pariwisata Provinsi Sumatera Barat belum siap untuk mengembangkan platform pariwisata. Para aparaturnya masih terbatas memikirkan tentang proses integrasi dan pengenalan pariwisata kepada masyarakat. Yang terkait pengaturan sistem informasi pariwisata dilakukan oleh pihak ketiga. Alur informasi pariwisata baru melalui satu personil. Pihak Dinas Pariwisata Provinsi Sumatera Barat belum melakukan pengauditan terhadap platform pariwisata. Rekomendasi yang disampaikan dalam penelitian ini ialah kesediaan pegawai Dinas Pariwisata Provinsi Sumatera Barat untuk mempersiapkan platform yang sesuai dengan standar normatif.

**Kata Kunci:** platform pariwisata, sistem informasi, audit.

### 1. Pendahuluan

*Website* pariwisata Provinsi Sumatera Barat belum terintegrasi dengan industri-industri yang terhubung dengan pariwisata. Sistem itu belum menghubungkan semua pihak yang terlibat dalam pariwisata Sumatera Barat. Selain itu, *website* pariwisata Provinsi Sumatera Barat masih sebatas memberikan informasi secara satu arah. *Website* ini dianggap belum menerapkan *supply chain* pariwisata.

*Website* pariwisata harus mencakupi seluruh aspek pariwisata. Pariwisata merupakan industri berinformasi intensif sehingga organisasi pariwisata bergantung pada pertukaran informasi dengan wisatawan melalui berbagai sumber informasi untuk memasarkan produknya dan membangun hubungan dengan pelanggan (Poon, 1993). *Website* dinas pariwisata bertujuan untuk memberikan pengalaman pengguna (*user experience*) yang baik. *Website* tersebut

harus interaktif dengan wisatawan. Website dinas pariwisata harus memperhatikan perkembangan informasi untuk menciptakan produk, mempublikasikannya dalam bentuk brosur elektronik, dan mengintegrasikan sistem reservasi. Untuk memperoleh informasi yang dibutuhkan, dinas pariwisata hendaknya membangun kepercayaan konsumen (wisatawan), mendorong konsumen agar terciptanya produk pariwisata secara *online*, dan membeli produk tersebut melalui saluran distribusi yang sama.

Alic (1994) menyatakan bahwa sistem informasi mempunyai dua fungsi yang sangat penting bagi sebagian besar perusahaan jasa. Pertama, sistem informasi dapat mengatur dan mengolah jumlah data yang besar. Padahal kita ketahui bahwa data merupakan aset yang sangat berharga pada saat ini. Hal ini disebut juga dengan *transactional applications*.

Dinas Pariwisata Provinsi Sumatera Barat diduga belum mengatur dan mengolah data-data pariwisata dengan baik. Dugaan tersebut ditandai dengan tidak adanya *transactional applications* pada *website*-nya. Kedua, sistem informasi menyediakan solusi terhadap masalah matematika atau logika yang sulit, menjadi alat analisa (*analytical tools*) canggih seperti *expert system*. Namun, *website* pariwisata Sumatera Barat saat ini diduga belum memiliki *expert system* yang

memadai untuk memberikan solusi terhadap *website* yang dimiliki.

Kedua sistem informasi tersebut dapat menciptakan kesempatan strategis untuk menciptakan pelayanan dengan cara lebih baik dan inovatif. Pemesanan penginapan dan tiket penerbangan secara online merupakan contoh relevan. Penggunaan sistem informasi telah meningkat sebagai inti dalam bisnis dibandingkan sebagai fungsi otomatisasi tertentu (Farbey et al., 1993). Dinas Pariwisata Provinsi Sumatera Barat belum menjalankan kedua fungsi tersebut dengan baik. Sehingga, dinas pariwisata mengupayakan untuk mengembangkan strateginya dengan mengeksplorasi manfaat sistem informasi secara menyeluruh.

Suatu *website* hendaknya dilakukan pengauditan. Pengauditan *website* tersebut merupakan proses pengevaluasian dan pelaporan terhadap kontrol sistem, efisiensi, ekonomi, efektivitas, dan praktik keamanan untuk memastikan proteksi integritas data. Sistem tersebut mematuhi kebijakan, prosedur, standar, aturan, hukum, dan peraturan yang berlaku (Wulandari, 2003). Sebagian besar perusahaan membutuhkan *website* untuk menjalankan bisnisnya. Manajemen harus memperhatikan tentang efektivitas *website* dalam menggerakkan proses bisnis. Selain itu,

manajemen harus menentukan kontrol yang dikembangkan untuk memastikan bahwa *website* tersebut memenuhi tujuan perusahaan dalam hal ketersediaan informasi. Tujuan pengauditan ini ialah untuk memeriksa dan memverifikasi kontrol sistem dalam infrastruktur teknologi informasi bergerak sesuai dengan kebijakan, prosedur operasional, dan regulasi.

Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif yang dilakukan dengan pendekatan studi kasus. Studi kasus adalah penelitian yang dilakukan dengan mengembangkan analisis mendalam terhadap suatu kasus. Teknik pengumpulan data yang akan digunakan ialah wawancara terbuka dan semi terstruktur. Wawancara dilakukan secara langsung kepada orang yang memiliki jabatan pada Dinas Pariwisata Provinsi Sumatera Barat.

Penelitian ini dilandasi oleh asumsi bahwa inovasi sektor publik merupakan faktor utama untuk meningkatkan jumlah pengunjung, potensi pariwisata, dan pendapatan daerah dari sektor pariwisata. Inovasi sektor publik juga diharapkan mampu mewujudkan pariwisata Sumatera Barat yang dikenal secara internasional serta meningkatkan daya saing pariwisata nasional dan internasional.

Penelitian ini dilandasi oleh asumsi bahwa inovasi sektor publik merupakan

faktor utama untuk meningkatkan jumlah pengunjung, potensi pariwisata, dan pendapatan daerah dari sektor pariwisata. Inovasi sektor publik juga diharapkan mampu mewujudkan pariwisata Sumatera Barat yang dikenal secara internasional serta meningkatkan daya saing pariwisata nasional dan internasional.

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan rekomendasi kepada Dinas Pariwisata Provinsi Sumatera Barat untuk membentuk suatu *online platform*. Pembentukan *platform* dilakukan melalui perencanaan sumber daya, perencanaan teknologi, perencanaan basis data (*database*), dan inovasi. Perencanaan ini diharapkan dapat membantu pemerintah Sumatera Barat untuk memperkenalkan daerah wisata. Pada gilirannya, mampu bersaing dengan pariwisata nasional dan internasional.

## **2. Tinjauan Literatur**

Inovasi adalah implementasi produk baru atau peningkatan produk secara signifikan, proses baru, metode pemasaran baru, atau metode organisasi baru dalam praktik bisnis, tempat kerja organisasi, atau hubungan eksternal (The Global Innovation Index 2012). Inovasi adalah penciptaan produk, layanan, proses, dan teknologi yang lebih baik, menyiratkan penggunaan ide yang kompleks, dan harus diterima oleh masyarakat, pasar, dan pemerintah (V.A.

Popescu, GN Popescu dan CR Popescu, 2012).

Proses inovasi dipengaruhi oleh berbagai faktor. Faktor-faktor yang memacu kegiatan inovatif berasal dari lingkungan eksternal dan dari organisasi itu sendiri. Faktor ekonomi, industri, politik, relasional dan pribadi dapat memotivasi inovasi sektor publik. Penggerak inovasi sektor publik dapat dibagi menjadi tiga kelompok: internal, eksternal dan politik. Faktor internal adalah faktor-faktor yang muncul dalam organisasi, faktor yang sering menjadi masalah internal suatu lembaga atau departemen. Faktor utama adalah manajemen dan kepemimpinan. Pemimpin juga memiliki peran penting dalam mendorong inovasi. Faktor-faktor lain seperti sumber daya manusia (pendidikan dan pelatihan), ketersediaan ruang untuk berinovasi, birokrasi, dan struktur serta desain organisasi juga memengaruhi inovasi internal organisasi. Faktor eksternal adalah faktor yang ada di lingkungan eksternal organisasi. Faktor tersebut antara lain kebijakan peraturan pemerintah, ketersediaan dana anggaran dari pemerintah pusat dan daerah, dan hubungan dengan masyarakat. Penggerak politik menjadi salah satu faktor penting bagi organisasi sektor publik. Politik menjadi acuan utama sektor publik untuk melakukan inovasi. Penggerak politik memengaruhi

anggaran dan ketersediaan (atau ketidakcukupan) sumber dana. Penggerak politik dapat memberikan insentif besar bagi lembaga-lembaga publik untuk menjadi lebih inovatif dalam kegiatan organisasi. Ketersediaan sumber daya keuangan atau alokasi anggaran untuk kegiatan sektor publik yang inovatif juga merupakan pendorong politik (Agolla dan Van Lill, 2013; Bloch, 2011; Rivera León, Simmonds dan Roman, 2012).

Strategi *platform* adalah mobilisasi *platform* bisnis jaringan (*network business*) untuk berkembang serta beroperasi pada pasar tertentu (Cusumano dan Gawer, 2002). Strategi *platform* merupakan dasar dari strategi produk. Strategi *platform* menentukan struktur biaya, kemampuan, dan diferensiasi dalam pengembangan varian produk (Mcgrath, 2001). Sebuah *platform* bisnis merupakan penghubung antara peraturan dan infrastruktur yang memfasilitasi interaksi di antara pengguna jaringan (Eisenmann *et al.*, 2011). *Platform* bisnis adalah suatu standar yang dikeluarkan beriringan dengan model tata kelola untuk memfasilitasi partisipasi pihak ketiga (Parker dan Van Alstyne, 2013). *Platform* menyediakan tempat-tempat yang berfungsi sebagai dasar pelengkap produk dan jasa (Cusumano dan Gawer, 2002; Gawer dan Henderson, 2007). *Platform* juga

mencocokkan pembeli dengan pemasok, bertransaksi langsung dengan menggunakan sistem (Hagiu, 2006; Hagiu and Wright, 2011) dan umumnya tunduk pada efek jaringan (Boudreau, 2010; Eisenmann *et al.*, 2009, 2011).

McGrath (2001) menyebutkan manfaat penggunaan prinsip *platform* management dan pengembangan strategi *platform*, dapat dirangkum menjadi lima poin utama. Pertama, memfokuskan manajemen pada keputusan kunci pada waktu yang tepat. Kedua, memungkinkan produk untuk digunakan secara cepat dan konsisten. Ketiga, mendorong pandangan jangka panjang tentang strategi produk. Keempat, memanfaatkan efisiensi operasional yang signifikan. Kelima, membantu manajemen mengantisipasi penggantian *platform* utama.

### **3. Metode Penelitian**

Desain penelitian yang digunakan adalah model penelitian kualitatif dengan pendekatan studi kasus yang dilakukan pada Dinas Pariwisata Provinsi Sumatera Barat terkait isu strategi *platform* pariwisatanya.

#### *Sumber Data*

Data dalam penelitian ini bersumber dari data primer dan sekunder. Data primer penelitian ini bersumber dari hasil wawancara dan observasi yang digunakan untuk menggali informasi strategi *platform* yang digunakan oleh dinas pariwisata. Data sekunder yang

peneliti gunakan ialah situs (*website*) organisasi dan dokumen pendukung lainnya.

#### *Teknik Pengumpulan Data*

Data yang dibutuhkan dalam penelitian ini dikumpulkan melalui dokumentasi, observasi, dan wawancara. Dokumen yang digunakan dalam penelitian ini ialah Rencana Strategis Dinas Pariwisata Provinsi Sumatera Barat Tahun 2017-2021.

Peneliti melakukan kunjungan langsung ke Dinas Pariwisata Provinsi Sumatera Barat untuk melakukan observasi terhadap aktivitas yang terkait dengan sistem informasi pariwisata. Adapun observasi tidak langsung dilakukan melalui analisis mendalam terhadap dokumen Rencana Strategis Dinas Pariwisata Provinsi Sumatera Barat Tahun 2017-2021.

Teknik wawancara yang digunakan peneliti ialah wawancara kualitatif (Yin, 2014). Wawancara dilakukan kepada Danil selaku Kepala Seksi Analisis Data Pasar Pariwisata, Eriyanti selaku Kepala Seksi Analisis Data Pasar Pariwisata, dan Derliati selaku Kepala Bidang Pengembangan Ekonomi Kreatif.

#### *Teknik Analisis Data*

Data penelitian ini dianalisis dengan cara mengorganisasikan data, menjabarkan data ke dalam unit-unit data, melakukan sintesis data, menyusun data ke dalam pola tertentu, memilih data yang penting untuk dipelajari

lebih lanjut, serta membuat simpulan yang dapat diceritakan sehingga mudah untuk dipahami oleh diri sendiri maupun orang lain. Tiga cara yang dapat dilakukan untuk menganalisis data penelitian kualitatif yaitu reduksi data, penyajian data, dan penarikan simpulan (Miles dan Huberman 2014).

#### **4. Hasil dan Pembahasan**

##### *Inovasi Sektor Publik*

Dinas Pariwisata Provinsi Sumatera Barat belum mampu mengoptimalkan inovasi sektor publik. Ketidakefektifan ini terjadi karena dinas pariwisata masih berfokus pada pelayanan informasi pariwisata. Dinas pariwisata memiliki ketersediaan konten pariwisata Sumatera Barat hanya mencapai 80% dari target yang harus dicapai. Berdasarkan inilah, dinas pariwisata masih belum menerapkan inovasi sektor publik, karena inovasi sektor publik umumnya berfokus pada perubahan ide dan perilaku organisasi (Mulgan dan Albury, 2003; Damanpour dan Wischnevsky, 2006; NAO, 2006). Hal ini dapat dilihat melalui *website* dinas pariwisata yang masih berfokus untuk menambah konten baik destinasi wisata baru maupun konten foto dari destinasi wisata yang telah ada.

Inovasi membawa perubahan terhadap tata kelola pelayanan publik. Perubahan tersebut diharapkan dapat meningkatkan tingkat akuntabilitas dan

transparansi kinerja, tingkat keterlibatan warga negara, dan kepuasan pengguna (warga negara). Sementara itu, dinas pariwisata mengalami persalahan strategis dalam hal tata kelola. Renstra (2017) menyatakan beberapa isu strategis dalam pengembangan pariwisata dan ekonomi kreatif Sumatera Barat. Salah satu isu strategis tersebut mengungkapkan bahwa kapasitas sumber daya manusia (SDM) bidang pariwisata dan ekonomi kreatif yang berkualitas masih belum memadai. Hal ini dapat dilihat dalam observasi yang penulis lakukan, SDM untuk pengembangan pariwisata hanya bergantung oleh satu orang (narasumber 1) dalam pengelolaan *website* pariwisata. Pengelolaan *website* yang dikelola oleh satu orang tersebut tentu sangat berpengaruh pada kualitas layanan pariwisata untuk bersaing dengan pariwisata nasional dan internasional. Hal ini belum sesuai dengan inovasi sistem, yaitu mengubah struktur tata kelola (IDeAKnowledge, 2005) dan inovasi strategis, yaitu perubahan pada aktivitas, layanan, atau proses organisasi, dan membangun kemampuan baru dalam suatu organisasi (Hughes et al., 2011). Sementara itu, dinas pariwisata juga masih mengembangkan profesionalisme dengan mengadakan sertifikasi terhadap mitra pariwisatanya. Hal ini tentu belum memenuhi salah satu Misi Kementrian Pariwisata 2015-2019

dalam Renstra (2017), yaitu mengembangkan produk dan layanan industri pariwisata yang berdaya saing internasional, meningkatkan kemitraan usaha, dan bertanggung jawab terhadap lingkungan alam dan sosial budaya.

Tingkat keterbukaan menjadi salah satu harapan dalam inovasi sektor publik. Dinas pariwisata sangat terbuka bagi masyarakat untuk memperoleh informasi mengenai pariwisata. Keterbukaan memiliki keterkaitan dengan inovasi tata kelola, yaitu bentuk baru keterlibatan warga negara dan lembaga demokratis. Dinas pariwisata belum sepenuhnya melibatkan warga negara dan lembaga terkait dalam tata kelola sistem pariwisata. Salah satu isu strategis dalam Renstra (2017) mengungkapkan bahwa koordinasi lintas sektoral yang belum menyatu. Dinas pariwisata mengungkapkan dalam Renstra (2017) bahwa pembangunan pariwisata dan ekonomi kreatif membutuhkan koordinasi dan kerja bersama-sama pihak-pihak terkait:

1. pemerintah: instansi pariwisata dan ekonomi kreatif, instansi pekerjaan umum, instansi perhubungan, instansi pertanian, instansi perindustrian perdagangan);
2. swasta;
3. BUMN/BUMD;

4. masyarakat di objek wisata.

Penulis menemukan bahwa dinas pariwisata telah bekerja sama dengan pihak-pihak terkait dalam promosi pariwisata. Pihak-pihak tersebut adalah Generasi Pesona Indonesia (GENPI), Kelompok Sadar Wisata (POKDARWIS), Association of The Indonesian Tours and Travel Agencies (ASITA), dan kelompok sadar wisata masing-masing kabupaten dan kota. Namun, dinas pariwisata mengakui bahwa koordinasi antar sektoral tersebut belum maksimal dalam mengembangkan sistem pariwisata yang optimal.

#### *Strategi Platform*

*Platform* merupakan konsep bisnis. *Platform* sering dilihat sebagai konsep perkerajaan. *Platform* melampaui teknologi dan konsep bisnis (Yang dan Jiang, 2006). Meyer dan Seliger (1998) mendefinisikan *platform* sebagai model bisnis yang memungkinkan pertumbuhan cepat untuk pangsa pasar dan pendapatan. Sehingga, *platform* harus memberikan pengaruh dalam menentukan strategi *platform* terbaik untuk pertumbuhan pasar dan pendapatan. *Platform* Dinas Pariwisata Provinsi Sumatera Barat merupakan salah dasar penyebaran informasi pariwisata Sumatera Barat. *Platform* ini menyediakan informasi mengenai wisata alam, event pariwisata, dan wisata kuliner

husus Sumatera Barat. Hingga saat penelitian ini dilakukan, dinas pariwisata masih berfokus pada melengkapi data transportasi, akomodasi, dan destinasi yang baru berkembang di Sumatera Barat.

Strategi *platform* harus diintegrasikan dengan pasar dan kompetensi untuk mempertahankan pertumbuhan. Untuk mengembangkan strategi *platform* yang baik, perusahaan harus dengan hati-hati menyelaraskan rencana produknya, rencana diferensiasinya, dan rencana kesamaannya (Robertson dan Ulrich, 1998). Dengan kata lain, integrasi target pasar, produk atau layanan, dan kompetensi inti perusahaan sangat penting untuk kesuksesan *platform*. Menurut Meyer dan DeTore (1999), pendekatan terpadu untuk perencanaan *platform* ini bisa dibilang merupakan tantangan terpenting namun sulit yang dihadapi perusahaan yang mencari pertumbuhan yang berkelanjutan. Perusahaan harus meningkatkan kompetensi pasar dan *platform* yang ada untuk tumbuh dan berkembang ke pasar baru. Namun bagi Dinas Pariwisata Provinsi Sumatera Barat hanya memiliki orientasi pelayanan informasi pariwisata. Dinas pariwisata belum mengintegrasikan pasar pariwisata, menentukan target pasar pariwisata. Dinas pariwisata menyerahkan produk dan layanan pariwisata kepada pihak

luar yang terlibat dalam pariwisata. Dinas pariwisata mempunyai tanggung jawab untuk mempromosikan pariwisata Sumatera Barat melalui event yang diselenggarakan oleh dinas pariwisata itu sendiri. Sehingga dinas pariwisata belum memaksimalkan hubungan antara wisatawan dengan para pelaku wisata.

Mengembangkan dan mengimplementasikan strategi *platform* adalah upaya tim multifungsi. Karena keputusan *platform* sering melintasi batas-batas divisi, inisiatif *platform* akan gagal tanpa yang memiliki multifungsi di belakangnya (Meyer dan DeTore, 2001). Keputusan atas *platform* memerlukan resolusi dari konflik lintas fungsi, sehingga manajemen puncak berpartisipasi melakukan pertukaran informasi untuk mencapai solusi terbaik (Robertson dan Ulrich, 1998). Keputusan *platform* pariwisata Sumatera Barat telah melintasi batas divisi dan organisasi. Hal ini dapat dilihat dari website pariwisata Sumatera Barat bahwa dinas pariwisata telah melakukan kerja sama dengan pihak-pihak yang terlibat dalam pariwisata Sumatera Barat. Namun, kerja sama itu belum terintegrasikan antar divisi dan organisasi tersebut. Kerja sama yang belum terintegrasikan tersebut belum mampu menciptakan supply chain pariwisata Sumatera Barat.



Penentuan untuk mengganti atau memperbarui *platform* sangat penting dalam melanjutkan kesuksesan. Manajemen harus ingat bahwa setiap *platform* produk memiliki siklus hidupnya sendiri. Keusangan terhadap *platform* dan pembaruan *platform* merupakan hal yang tidak dapat dihindari. Manajemen perlu memahami siklus hidup *platform* untuk menentukan dan memutuskan penggantian atau pembaruan *platform* setelah memasuki masa penurunannya. Namun, bagi sebagian besar organisasi, hal ini selalu diabaikan (McGrath, 2001). Sinkronisasi penggantian *platform* dengan *platform* generasi berikutnya merupakan hal yang tidak mudah. Jika tidak ada reaksi dan pengelolaan keputusan, seluruh kegiatan organisasi akan terganggu dan tidak bekerja secara efektif. Pihak Dinas Pariwisata provinsi Sumatera Barat tidak memerlukan penggantian *platform* sistem pariwisatanya. Pihak dinas pariwisata belum memikirkan penggantian sistem pariwisata untuk mampu bersaing secara nasional dan internasional. Pihak Dinas pariwisata masih berupaya untuk mengoptimalkan sistem informasi pariwisata yang ada saat ini. Sistem informasi tersebut masih membutuhkan infrastruktur yang lebih memadai untuk penyediaan dan pelayanan informasi pariwisata.

## 5. Simpulan

Inovasi sektor publik membawa keterbaruan dan perubahan pada fungsi dan/atau fungsi organisasi pemerintah, baik itu kementerian, lembaga pusat atau lokal atau entitas publik apa pun yang menerapkan kebijakan publik. Dinas Pariwisata Provinsi Sumatera Barat belum melakukan inovasi sektor publik. Dinas pariwisata menganggap organisasi ini hanya berfungsi sebagai penyedia layanan informasi pariwisata kepada wisatawan. Pihak dinas pariwisata memberikan wewenang pengelolaan pariwisata kepada pihak swasta atau pihak yang terlibat dalam kegiatan pariwisata. Sehingga, dapat disimpulkan bahwa dinas pariwisata belum membawa keterbaruan dan fungsi organisasinya.

Pihak dinas pariwisata belum memanfaatkan kerjasama yang terintegrasi dengan organisasi lintas fungsi secara maksimal. Pihak dinas pariwisata masih mengupayakan untuk bekerja sama dengan pihak yang terlibat, namun kualitas sumber daya manusia dari pihak tersebut belum terpenuhi. Dinas pariwisata masih melakukan pelatihan kepada para pegawai dan pelaku wisata tersebut. Dinas pariwisata masih berfokus dalam pengembangan infrastruktur pariwisata. Sehingga *website* pariwisata belum berkembang secara maksimal serta tidak membentuk *supply chain* pariwisata.

Pihak dinas pariwisata tidak melakukan pengauditan *website* pariwisata. Hal ini berakibat tidak adanya evaluasi dan kontrol terhadap *website* tersebut. Dinas pariwisata juga tidak pernah menghitung efisiensi operasional setelah *website* pariwisata diluncurkan. *Website* pariwisata tidak berjalan dengan efektif sesuai dengan tujuan, standar, dan aturan yang berlaku.

### Referensi

- Agolla, J. E., & Lill, J. V. (2013). Public sector innovation drivers: A process model. *Journal of Social Sciences*, 34(2), 165-176.
- Alic, J. A. (1994). Technology in the service industries. *International Journal of Technology Management*, 9(1), 1-14.
- Bloch, C. (2011). Measuring public innovation in the Nordic countries (MEPIN): Nordic Council of Ministers.
- Boudreau, K. (2010). Open *platform* strategies and innovation: Granting access vs. devolving control. *Management Science*, 56(10), 1849-1872.
- Cusumano, M. A., & Gawer, A. (2002). The elements of *platform* leadership. *MIT Sloan management review*, 43(3), 51.
- Damanpour, F., & Wischnevsky, J. D. (2006). Research on innovation in organizations: Distinguishing innovation-generating from innovation-adopting organizations. *Journal of engineering and technology management*, 23(4), 269-291.
- Eisenmann, T., Parker, G., & Van Alstyne, M. (2011). *Platform* envelopment. *Strategic Management Journal*, 32(12), 1270-1285. doi:doi:10.1002/smj.935
- Eisenmann, T. R., Parker, G., & Van Alstyne, M. (2009). Opening *platforms*: how, when and why? *Platforms, markets and innovation*, 131-162.
- Farbey, B., Land, F. W., & Targett, D. (1993). *How to assess your IT investment: A study of methods and practice*: Boston.
- Gawer, A., & Henderson, R. (2007). *Platform* owner entry and innovation in complementary markets: Evidence from Intel. *Journal of Economics & Management Strategy*, 16(1), 1-34.
- Hagi, A. (2006). Pricing and commitment by two-sided *platforms*. *The RAND Journal of Economics*, 37(3), 720-737.
- Hughes, A., Moore, K. & Kataria, N. (2011). Innovation in Public Sector Organisations: A pilot survey for measuring innovation across the public sector. NESTA Index report.
- IDEAKNOWLEDGE. (2005). Innovation in Public Services: Literature Review.
- McGrath, M. E. (2001). *Product strategy for high technology companies: accelerating your business to web speed*: McGraw-Hill New York.
- Meyer, M. H., & DeTore, A. (2001). Perspective: creating a *platform*-based approach for developing new services. *Journal of Product Innovation Management: AN INTERNATIONAL PUBLICATION OF THE PRODUCT*

- DEVELOPMENT & MANAGEMENT ASSOCIATION*, 18(3), 188-204.
- Meyer, M. H., & Seliger, R. (1998). Product *platforms* in software development. *MIT Sloan management review*, 40(1), 61.
- Miles, M. B. dan A. M. Huberman. (2014). *Qualitative Data Analysis*: Beverly Hills. Sage Publication Inc.
- Mulgan, G., & Albury, D. (2003). Innovation in the public sector. *Strategy Unit, Cabinet Office*, 1, 40.
- NAO. (2006). *Achieving innovation in central government organisations*. National Audit Office.
- Parker, Geoffrey, Marshall W Van Alstyne. 2013. *Innovation, openness, and platform control*.
- Poon, A. (1993). *Tourism, technology and competitive strategies*: C.A.B. International.
- Popescu, V. A., Popescu, G. N., & Popescu, C. R. (2012). Innovation's Role in Nowadays Society and the Ways to Generate Competitive Intelligence and Accountability: Case of Romania. *Journal of Innovation and Business Best Practices*, 2012, 1.
- Rencana Strategis (RENSTRA) Dinas Pariwisata Provinsi Sumatera Barat Tahun 2017-2011
- Rivera León, L., Simmonds, P. & Roman, L. (2012). Trends and Challenges in Public Sector Innovation in Europe. Thematic Report 2012 under Specific Contract for the Integration of INNO Policy Trend Chart with ERAWATCH (2011–2012). Inno Policy Trend Chart. European Commission.
- Robertson, D., & Ulrich, K. (1998). Planning for product *platforms*. *Sloan management review*, 39(4), 19.
- The Global Innovation Index 2012 (2012). Fontainebleau: INSEAD and WIPO.
- Wulandari, S.S. (2003), "Information systems audit adopted as an assurance service in accounting firms", *Ingenious*, Vol. 1 No. 1, p. 2.
- Yang, C. and Jiang, S. (2006) 'Strategies for technology *platforms*', *Research Technology Management*, Vol. 49, No. 3, pp.48–57.
- Yin, Robert K. 2009. *Case Study Research : Design and Methods*. Applied Social Research Methods Series ; Vol. 5.